

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

Landa (2014) mengatakan bahwa desain grafis adalah sebuah bentuk komunikasi secara visual yang berguna untuk menyampaikan pesan atau informasi yang ingin di sampaikan kepada pendengar atau *audience*. Hasil yang dapat di hasilkan oleh desain grafis dapat di gunakan untuk mengajak, menginformasikan, mengenali, menyemangati, memperkuat, mengatur, berinteraksi dan menyampaikan berbagai macam makna.

2.2 Media Informasi

Media informasi menurut Coates dan Ellison (2014) dalam buku *An Introduction to Information Design*, adalah mendefinisikan, perencanaan dan pembentukan konten informasi dan lingkungan yang di sampaikan dengan tujuan untuk memenuhi informasi yang di butuhkan oleh penerima pesan tersebut.

2.3 Ensiklopedia

Pengertian ensiklopedia dalam KBBI, adalah rangkaian buku yang menghimpun uraian mengenai berbagai macam hal dalam bentuk bidang seni dan ilmu pengetahuan, yang diciptakan dan disusun menurut abjad ataupun melalui lingkungan ilmu. Menurut Kemendikbud (2019), ensiklopedia adalah sebuah karya acuan yang memiliki isian cabang ilmupengetahuan yang diciptakan dan dirangkum secara komprehensif dan disajikan secara abjad dalam abjad didalam sebuah atau beberapa jilid buku. Ensiklopedia sendiri terbagi menjadi dua yaitu ensiklopedia umum dan khusus yang dibagikan sesuai dengan tujuan dan kebutuhannya. Kedua jenis ensiklopedia tersebut menyampaikan kebutuhan yang berbeda, yaitu:

2.3.1 Ensiklopedia Umum

Menurut Kemendikbud (2019), berdasarkan tujuan, keluasan dan intensitas suatu penyusunan ensiklopedia umum terbagi menjadi beberapa macam. Terdapat dua macam ensiklopedia yaitu

ensiklopedia anak dan ensiklopedia dewasa. Ensiklopedia anak biasanya disampaikan menyesuaikan dunia dan pola pikiran anak-anak. Yang dimaksud adalah memperhatikan penggunaan kosa kata, jumlah informasi yang dibatasi dan kalimat yang cenderung pendek, hal tersebut menyesuaikan usia dan tingkat pendidikan dari anak. Sedangkan ensiklopedia dewasa dapat dibagi menjadi dua mengikuti keluasan dan kedalaman topik yang disampaikan, yaitu menjadi ensiklopedia besar dan kecil. Hal ini dapat diperhatikan dari jumlah paragraf, ensiklopedia kecil dapat ditemukan dengan uraian pendek yang satu paragrafnya tidak lebih dari 100 kata, sedangkan ensiklopedia besar dapat dijumpai satu topik dapat dijelaskan berhalam-halaman panjangnya. Ensiklopedia besar pun memiliki khasannya tersendiri yang umumnya mengikuti dimana negara penerbitan ensiklopedia tersebut.

2.3.2 Ensiklopedia Khusus

Menurut Kemendikbud (2019), ensiklopedia khusus sesuai dengan sifatnya, memiliki batasan ruang lingkungannya yang terfokuskan kedalam suatu bidang saja. Seperti bidang seni, senjata, musik, sejarah, makanan, masakan, dan bidang-bidang lainnya merupakan cakupan khusus yang biasanya menjadi garapan atau topik utama dari suatu ensiklopedia khusus. Begitu juga dalam keperluan suatu pendidikan ensiklopedia khusus hanya akan membahas topik-topik khusus seperti flora, mamalia, serangga astronomi dan topik-topik pendidikan lainnya, yang kemudian disampaikan dengan berbagai macam tingkat kedalaman dan teknis yang bergantung kepada tingkat pendidikan yang dituju.

2.4 Media Interaksi

Menurut England dan Finney (2011), *interactive media* adalah integrasi dari media digital termasuk gabungan dari teks elektronik, gambar bergerak, grafik dan

suara menjadi struktur sebuah lingkungan yang memungkinkan orang untuk berinteraksi dengan konten untuk tujuan yang sesuai.

2.5 Interactive Digital Media

Menurut Griffey (2020) dalam bukunya yang berjudul “*Introduction to Interactive Digital Media*”, cara paling tepat yang mendeskripsikan media digital interaktif adalah sebuah perantara yang didasari oleh sistem komputer yang memfasilitasi interaksi antara suatu perangkat dan seorang/beberapa pengguna, umumnya berupa perantara yang memiliki layar digital. Yang menjadi keunikan *interactive digital media* dibandingkan bentuk media lainnya adalah bagaimana media tersebut merespon terhadap interaksi dengan *user*, seakan-akan sedang terjadinya sebuah percakapan diantara keduanya. Selain itu, pengalaman setiap pengguna ketika menggunakan *interactive digital media* akan berbeda antara satu sama lain, tergantung cara dan tujuan mereka saat sedang memakai media interaktif tersebut. Hingga saat ini, media digital interaktif sudah berkembang menjadi berbagai macam jenis. Jenis-jenis tersebut sebagaimana dikatakan oleh Griffey terdiri atas; *Traditional Stand-Alone Kiosks, Websites, Mobile Applications, Video Games, Physical Installations, Exhibits, and Performance, dan Non-screen Based Interactive Experiences.*

2.5.1 Websites

Definisi dari Griffey (2020) merangkum bahwa website merupakan kombinasi dari halaman-halaman situs yang saling terkait antara satu sama lain. Kombinasi halaman tersebut kemudian digabungkan di bawah satu nama domain yang ditampilkan di dalam sebuah *web browser* dan dapat diakses dari perangkat apapun asalkan perangkat tersebut mempunyai koneksi internet. Secara signifikan, website zaman kini sudah berevolusi lebih jauh dibandingkan awal kemunculan mereka. Akibat dari kemudahan akses di perangkat apapun dan dimanapun, kini website diharuskan untuk memiliki desain yang responsif, artinya desain layout dan komponen serta elemen sebuah website harus bisa beradaptasi sesuai layar yang

ditampilkannya. Keharusan inilah yang menjadi tantangan baru bagi *web designer* dan *web developer*.

2.5.2 Aesthetics in Interactive Digital Media

Sebuah media interaktif adalah perangkat visual yang bertujuan untuk memfasilitasi komunikasi yang efisien, efektif, dan nyaman antara pengguna dan perangkat atau sumber. Walaupun elemen-elemen media seperti foto dan video umumnya dianggap sebagai peran pendukung, namun *interface* sebuah media interaktif menjadi faktor dominan yang mendefinisikan penampilan dan pengalaman sebuah media secara keseluruhan. Tipografi, warna, dan layout menjadi tiga elemen kunci dalam *interface* yang dapat menjadi fatal bagi website apabila diabaikan.

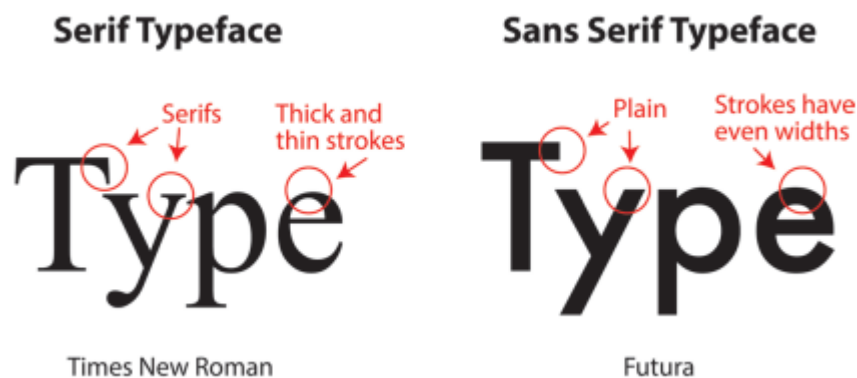
2.5.2.1 Typography

Hampir seluruh jenis media digital interaktif memiliki sebuah tipe tulisan yang menjadikan tipografi sebuah elemen yang kuat dan integral dalam keseluruhan desain. Tipografi berperan besar dalam sebuah desain, karena penting untuk diingat bahwa tipografi dapat membawa arus bagi pengguna untuk merasakan emosi dan gaya bicara yang disampaikan oleh *website* tersebut. Tidak jarang pula, sebuah tipografi dapat mengkomunikasikan sebuah pesan lebih banyak daripada isi tipografi itu sendiri.

Dalam tipografi, terdapat sebuah istilah yang disebut sebagai *typeface* dan *font*. *Typeface* adalah keluarga besar karakter huruf yang memiliki desain yang serupa antara satu sama lain. Beda halnya dengan *typeface*, *font* merupakan istilah yang lebih umum kita dengar. Perbedaannya terletak pada bagaimana *typeface* lebih mengacu kepada nama font yang termasuk besar ukurannya, *weight font* tersebut, dan *style* yang digunakan pada tipografi tersebut. Contohnya, font yang

digunakan itu 'Arial', tetapi *typeface* yang sedang dipakai adalah 'Arial 12pt Bold'.

Typeface memiliki dua macam kategori yang diketahui secara meluas, yaitu *serif* dan *sans serif*. Untuk membedakan kedua kategori tersebut, sebuah garis tambahan dapat terlihat pada jenis *typeface serif*, yang umumnya digunakan untuk hal-hal yang lebih formal atau elegan. Sedangkan, kata 'sans' memiliki arti "tanpa", maka *sans serif* tidak memiliki garis tambahan yang dimiliki oleh *typeface serif*. *Serif* dan *sans serif* memiliki kualitas gaya yang melekat, dimana umumnya *typeface serif* terlihat lebih tradisional yang menjadikan ia pilihan yang tepat ketika desainer ingin mendeskripsikan hal-hal yang sudah lama berdiri. Di sisi lain, sans serif sangat disukai oleh desain-desain yang mengedepankan feeling *modern*.



Gambar 2. 1 Perbedaan Typeface dan Sans Serif
Sumber: Introduction to Interactive Digital Media, Griffey (2020)

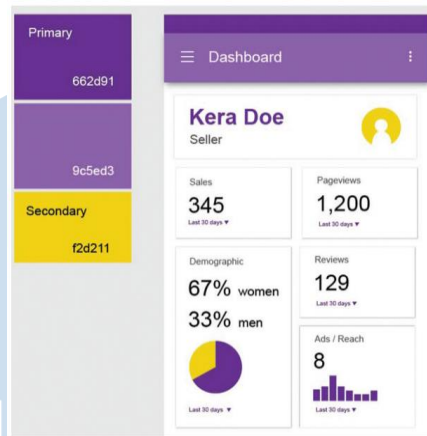
Berikut adalah contoh dari dua macam tipe *typeface* menurut buku *Introduction to Interactive Digital Media*, pada gambar tersebut memberikan contoh dari tipe *serif* yang memiliki ekor di setiap akhiran setiap huruf dan *sans serif* yang memiliki bentuk yang lebih simple dan menghilangkan ekor pada akhiran setiap huruf.

2.5.2.2 Color

Elemen warna turut bermain peran yang krusial pula dalam seluruh jenis media digital interaktif dan memiliki kekuatan untuk ‘membawa arti yang esensial, (membuat) dampak besar bagi pengguna yang melihat terhadap pemahaman, aspek kognisi otak, dan perilaku mereka. (Elliot & Maier (2014) dalam Griffey, 2020). Walau begitu, patut diingat untuk tidak melupakan bagian riset warna dalam mendesain media digital interaktif, karena setiap warna memiliki asosiasi makna yang berbeda-beda disetiap budaya, negara, dan bahkan saat ini, antar generasi. Salah satu bagian dari proses mendesain media digital interaktif adalah memiliki palet warna. Perlu diingat pula bahwa palet warna tidak bisa secara serta-merta mengikuti tren yang muncul di internet, sehingga desainer wajib mendiskusikannya terlebih dahulu baik itu dengan *owner*, *lead of design*, ataupun *supervisor* (atasan).

Setiap pengguna akan mengalami respon psikologi yang berbeda pada warna berdasarkan posisi warna tersebut di *color wheel*. Warna-warna hangat seperti merah, oranye, dan kuning terang meradiasikan lebih banyak energi dibandingkan warna dingin seperti biru, hijau, dan beberapa spektrum ungu yang memiliki kesan santai. Menurut penelitian oleh Sokolik et al. (dalam Griffey, 2020), iklan dengan dominan warna hangat menghasilkan lebih banyak klik dari audiens daripada iklan dengan dominan warna dingin. Selain itu, hubungan satu warna dengan warna lainnya dalam *color wheel* turut berperan dalam value yang mereka komunikasikan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 2 Contoh penggunaan warna yang harmonis antara warna dingin dan hangat
 Sumber: *Introduction to Interactive Digital Media*, Griffey (2020)

Warna memiliki makna yang berbeda-beda di setiap budaya dan negara. Di budaya barat, merah muda diasosiasikan dengan anak perempuan kecil, merah untuk tanda bahaya, putih dengan acara pernikahan, dan hitam umumnya pada pemakaman. Tetapi asosiasi warna tidak selalu konsisten antara budaya. Contohnya, di budaya timur tengah, hitam diasosiasikan dengan kemegahan dan kekayaan, lalu coklat dengan kematian dan duka. Jadi, apabila seorang desainer sedang membuat suatu karya yang akan ditampilkan kepada seluruh dunia atau pada belahan dunia lain yang bukan merupakan budaya mereka sendiri, ada baiknya mereka mengambil waktu untuk menambah pengetahuan mereka dengan asosiasi warna dalam budaya atau negara terkait.

Hal terakhir yang harus diingat menurut Griffey (2020) adalah selalu pertimbangkan umur dan jenis kelamin audiens dari desain media digital ketika memilih warna, karena setiap warna akan memberi kesan yang berbeda untuk setiap kelompok umur dan kelompok gender. Warna biru merupakan warna yang secara *universal* disukai oleh hampir semua gender dan umur walaupun mempunyai asosiasi kuat dengan kesedihan dan depresi. Disebutkan pula bahwa pria lebih menyukai biru dibandingkan warna-warna lainnya, sedangkan para wanita terbagi menjadi dua kelompok secara tepat, yaitu mereka yang menyukai warna hijau dan mereka yang ber

preferensi warna biru. Menariknya, menurut Ellis & Ficek (2011, dalam Griffey), orientasi seksual tidak mempengaruhi preferensi warna dan umumnya mereka yang homoseksual dan biseksual memiliki preferensi warna yang kurang lebih sama dengan gender biologis serupa yang heteroseksual.

2.5.2.3 *Layout*

Apabila *typography* dan warna sudah selesai dipilih, langkah berikutnya adalah mempertimbangkan dimana dan bagaimana mengaplikasikan kedua elemen tersebut dan menatanya dilayar pada media digital interaktif. Memahami beberapa prinsip layout dasar dan bagaimana mereka berdampak dalam interactive digital media tentunya dapat membantu desainer untuk membuat desain sesuai dengan objektif akhir komunikasi pada sebuah proyek tersebut.

1. *Unity*

Unity atau Kesatuan adalah bagaimana setiap elemen dalam sebuah hal memiliki hubungan visual yang jelas antara satu sama lain agar timbul keharmonisan hal tersebut ketika dilihat dari perspektif lain. *Unity* dalam konteks interactive digital media tampil dalam bentuk unifikasi elemen grafis untuk membuat kesan kohesif dan memperkuat kesan brand. Selain itu, unity turut dapat mengarahkan pengguna ketika sedang menavigasi media interaktif. Contohnya, tampilan yang terlihat konsisten sepanjang pengalaman interaktif akan membantu pengguna secara insting merasa mereka masih di dalam satu media yang sama, ketika masih umum terjadi disorientasi dalam sebuah website saat seseorang menekan sebuah link dan tampilan website tersebut sudah sangat berbeda.

2. *Differentiation*

Differentiation membuat setiap elemen terlihat berbeda antara satu sama lain. Walaupun hal ini terdengar kontradiktif dengan aspek *unity*, namun dalam *interactive digital media*, differentiation yang tepat akan

menjadi variasi diantara kesatuan sebuah media digital. Variasi tersebut pastinya akan sangat membantu bagi para pengguna media digital, karena dengan begitu, mereka dapat mengetahui apakah suatu media sudah mengalami perubahan (layar), sedang dalam proses memuat data, ataupun telah mengalami *error*. Meskipun sebuah layar seharusnya ditampilkan secara konsisten seperti dalam aspek *unity*, keunikan variasi elemen grafis akan menjadi perantara komunikasi yang baik pula untuk berbagai macam tipe konten.

3. *Emphasis*

Emphasis, seperti namanya, adalah sebuah upaya untuk membuat suatu hal menonjol. Hal-hal terpenting atau elemen utama dalam sebuah layar di interactive digital media harus dibuat sedemikian rupa agar diberi perhatian lebih oleh pengguna. Idealnya, ketika seorang pengguna melihat layar dan segera memahami hal terpenting dalam sebuah desain karena hal tersebut diberi *emphasis*, seorang pengguna akan tahu bagian mana yang harus dilihat selanjutnya secara intuitif berdasarkan layout komponen lainnya. *Emphasis* itu penting karena umumnya, seseorang tidak akan menghabiskan banyak waktu untuk mencari tahu apa pesan yang ingin disampaikan sebuah *interactive digital media*, mereka hanya ingin melihat sesuatu dan mendapatkan poin penting dari hal tersebut secepat mungkin.

4. *Whitespace*

Whitespace (yang juga dikenal sebagai *negative space*) adalah ruang kosong antara elemen-elemen (seperti elemen grafis, gambar, dan teks) sebuah layar *interactive digital media*. *Whitespace* tidak harus selalu berwarna putih, ruang tersebut bisa saja diisi dengan warna apapun asalkan tidak memiliki satupun elemen di dalamnya. *Whitespace* penting untuk diterapkan karena ia turut menjelaskan hubungan antara elemen di sebuah layar *media digital interaktif*. Sebagai contoh, user mengidentifikasi elemen yang saling berdekatan sebagai elemen yang berkaitan, dan elemen yang

berjauhan seakan tidak berhubungan antara satu sama lain. Jarak yang diberikan oleh *whitespace* menimbulkan kesan hubungan setiap elemen di dalam *interactive digital media*.

5. *Alignment*

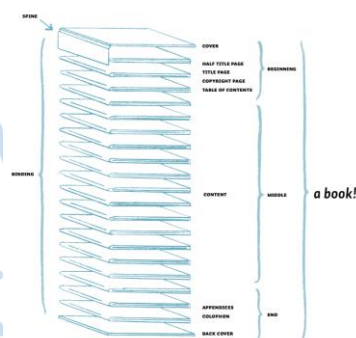
Alignment mengacu pada menyejajarkan setiap bagian sisi sudut sebuah elemen grafis atau teks dalam sebuah layar *interactive digital media*. Elemen visual harus sejajar dalam satu garis lurus, baik itu secara *horizontal* atau *vertikal*. Elemen yang sejajar akan memberikan kesan tampilan yang lebih tertata dan rapi, sehingga nyaman untuk dilihat. Ketika elemen-elemen ditata secara semena-mena di sebuah layar, pengguna cenderung akan merasa layar tersebut berantakan dan terganggu. *Alignment* yang konsisten turut membantu pengguna untuk melihat perbedaan antara elemen-elemen dan membuat perbandingan visual dengan cepat.

2.1 Buku

Menurut Haslam (2006), buku adalah sebuah bentuk dokumentasi tertua, buku menyimpan dan memberikan pengetahuan dunia, ide dan keyakinan dalam bentuk literasi (hlm. 6).

2.1.1 Anatomi Buku

Lupton (2008) mengatakan hampir semua buku memiliki sebuah awalan, pertengahan dan akhir dari buku dalam pembuatan sebuah buku, yaitu:.



Gambar 2. 3 Anatomi Buku
Sumber: Lupton (2008)

Gambar tersebut memperlihatkan lapisan atas, pertengahan dan akhir dari buku dikarenakan itu sebuah anatomi buku terbagi menjadi tiga bagian, sebagai berikut:

1. *Front Matter*

Bagian awal dari sebuah buku yaitu cover, *half title page*, *title page*, *copyright page* dan *table of content*.



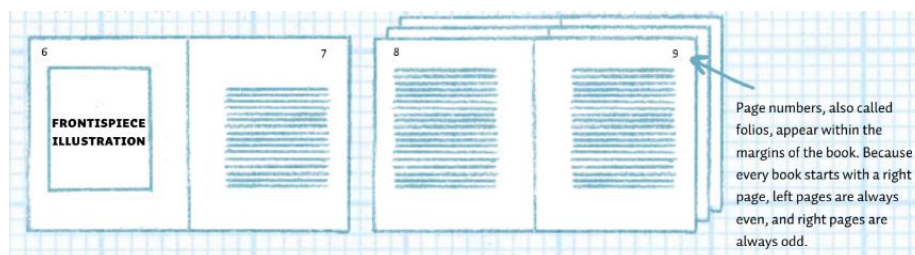
Gambar 2. 4 *Front Matter*

Sumber: Lupton (2008)

Gambar paling kiri menggambarkan tatanan pada cover suatu buku yang dimana biasanya memperlihatkan judul, sub-judul, ilustrasi dan penulis dari buku. Sedangkan gambar tengah adalah bagian dari *half title page* yang biasa halaman kanan nya adalah halaman putih dan halaman kanannya memperlihatkan judul, penulis, *publisher*, dan kota *publisher*. Dan yang paling kanan adalah gambar yang memperlihatkan *copyright page* dan *table of content* seperti bab dan isi dari buku.

2. *Main Content*

Bagian pertengahan dari buku berisikan konten-konten buku dengan penambahan nomor halaman atau disebut juga *folios*.



Gambar 2. 5 *Main Content*

Sumber: Lupton (2008)

Gambar diatas menjelaskan mengenai penyusunan konten utama dari penggunaan ilustrasi, teks utama dan *folio* atau nomor halaman dari suatu buku. Pada gambar yang kiri menjelaskan dan memperlihatkan susunan sebuah *spread* ketika menggunakan ilustrasi yang memakan satu halaman dan peempatan teks. Sedangkan gambar yang kanan memperlihatkan posisis *folio* atau nomor halaman yang berada dalam *margins* dan menjelaskan bahwa sebagian besar buku berawal dari kiri, gambar tersebut juga menjelaskan halaman kiri akan selalu *genap* dan halaman kanan akan selalu *ganjil*.

3. *Back Matter*

Bagian akhir dari sebuah buku yang berisikan *colophon* dan lampiran. Lampiran berisikan glosarium, indeks, biografi, resume, *checklists* dan kronologi.



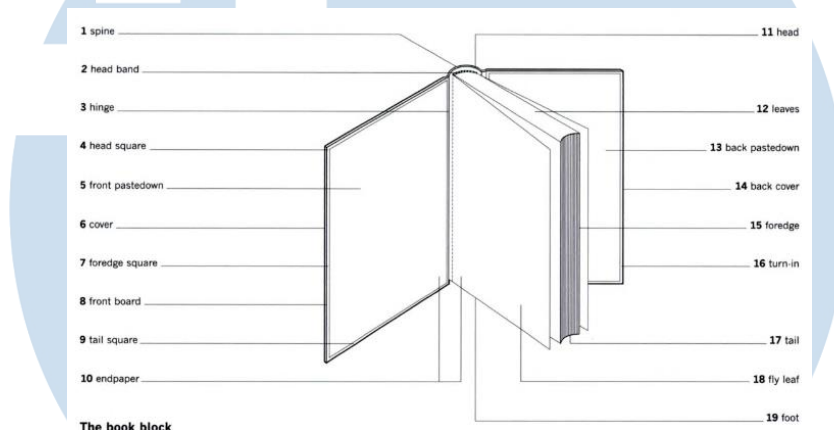
Gambar 2. 6 *Back Matter*
Sumber: Lupton (2008)

Pada gambar tersebut memperlihatkan susnan dari akhir buku atau bagian halaman paling terakhir dari suatu buku pada gambar kanan memperlihatkan dibagian lampiran dan isinya yang dapat berisikan glosarium, indeks, biografi, resume, *checlist* dan kronologi dan halaman paling terakhir adalah *colophon* yang biasanya berisikan tipografi, desain, dan teknik mencetak dan *binding* dari suatu buku.

2.1.2 Komponen Buku

Haslam (2006, hlm. 20-21) mengatakan, sebuah buku memiliki 3 kelompok komponen dasar, yaitu:

1. *The Book Block*



Gambar 2. 7 Komponen Buku
Sumber: Haslam (2006)

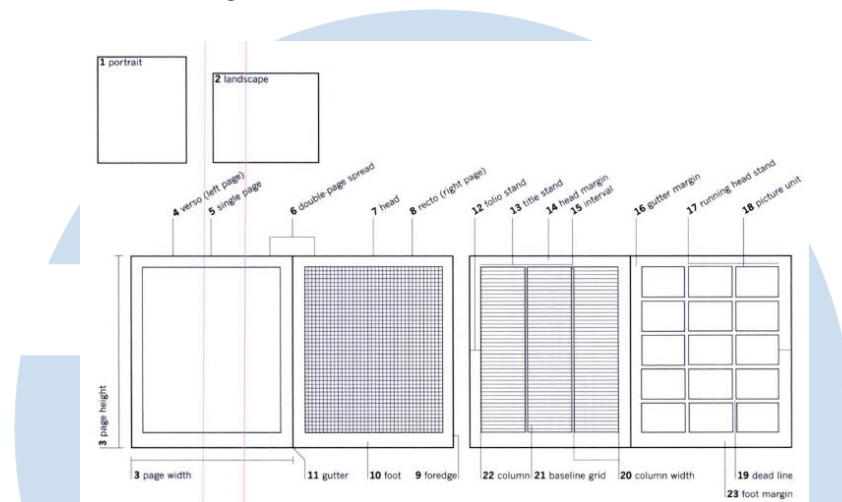
Gambar diatas memperlihatkan susunan dari *book block* yang dimana adalah bagian yang menciptakan suatu buku. Pada gambar tersebut memperlihatkan posisi dari *spine*, hingga *signature* pada halaman suatu buku, bagian dari *book block* yaitu:

- Spine*: bagian dari sampul buku yang menutupi ikatan sambungan kertas tepi buku.
- Head band*: pita berwarna yang diikatkan ke ujung pinggir sampul.
- Hinge*: bagian lipatan ke dalam *endpaper* yang berada di antara *pastedown* dan *fly leaf*.
- Head square*: pelindung kecil yang terdapat di atas buku yang tercipta dari sampul dan *back boards* memiliki ukuran lebih besar dari *book leaves*.
- Front pastedown*: bagian dimana *endpaper* di tempelkan ke dalam bagian dari *front board*.

- f. *Cover*: terbuat dari kertas tebal atau papan yang melekat dan melindungi *book block*.
- g. *Foredge square*: pelindung kecil di tepi depan buku yang tercipta dari sampul dan *back board*.
- h. *Front board*: papan sampul yang terdapat di depan buku.
- i. *Tail square*: pelindung kecil yang terdapat di bawah buku yang tercipta dari sampul dan *back board* berukuran lebih besar dari *book leaves*.
- j. *Endpaper*: halaman kertas tebal yang tempelkan ke bagian papan sampul yang berguna untuk melindungi papan sampul dan menyokong bagian *hinge*.
- k. *Head*: bagian atas dari buku.
- l. *Leaves*: lembaran kertas yang memiliki dua bagian dari halaman yaitu *recto* (halaman depan) dan *verso* (bagian belakang).
- m. *Back pastedown*: Bagian *endpaper* di tempelkan ke dalam bagian *back board*.
- n. *Back cover*: papan sampul di bagian belakang buku.
- o. *Foredge*: bagian tepi dari bagian depan buku.
- p. *Turn-in*: sebuah kertas atau kain pada ujung sampul yang di lipat dari luar ke dalam dari sampul.
- q. *Tail*: bagian bawah dari buku.
- r. *Fly leaf*: halamn balikan dari *endpaper*.
- s. *Foot*: bagian bawah dari halaman.
- t. *Signature*: limpitan lembar dari kertas prinan yang berurutan yang membentuk *book block*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2. The Page



Gambar 2. 8 Komponen Buku *the Book Block*

Sumber: Haslam (2006)

Gambar diatas memperlihatkan susunan salah satu bagian penting dari buku yaitu *The Page* yang dimana adalah bagian yang menciptakan halaman dalam buku. Pada gambar tersebut memperlihatkan bentuk format dari suatu halaman dan penempatan dari suatu buku, berikut adalah bagian dari *page* yaitu:

- a. *Portrait*: sebuah format dari buku yang dimana sebuah halaman memiliki lebih banyak tinggi dibandingkan dengan lebar.
- b. *Landscaped*: Sebuah format buku yang dimana sebuah tinggi halaman lebih sedikit dibandingkan lebar.
- c. *Page height and width*: ukuran dari suatu halaman.
- d. *Verso*: bagian kiri dari halaman biasanya di identifikasikan dengan nomor halaman genap.
- e. *Single page*: sebuah halaman yang terikat di sebelah kiri.
- f. *Double-page spread*: dua halaman yang berhadapan yang dimana kontennya berkelanjutan melewati *gutter* dan di desain menjadi satu halaman.
- g. *Head*: bagian atas dari buku.

- h. *Recto*: bagian kanan dari halaman yang biasanya diidentifikasi oleh nomor ganjil.
- i. *Foreedge*: bagian ujung depan dari buku.
- j. *Foot*: bagian bawah dari buku.
- k. *Gutter*: pengikat margin dari sebuah buku.

3. *The Grid*

- a. *Folio stand*: garis yang menentukan posisi dari nomor halaman.
- b. *Title stand*: garis yang menentukan posisi *grid* dari sebuah judul di setiap halaman.
- c. *Head margin*: margin bagian atas halaman.
- d. *Interval/column gutter*: garis vertical yang membagikan kolom satu dan lainnya yang berada di ruang kosong.
- e. *Gutter margin/binding margin*: margin bagian dalam yang posisinya dekat dengan jilidan.
- f. *Running head stand*: garis yang menentukan posisi *grid* dari *running head*.
- g. *Picture unit*: kolom *grid* yang dibagikan oleh *baseline* dan dipisahkan oleh *deadline* dan *unused line*.
- h. *Dead line*: sebuah garis yang berada di di tengah antara *picture unit*.
- i. *Column width/measure*: lebar dari sebuah *column* yang menentukan panjang dari *individual lines*.
- j. *Baseline*: garis yang merupakan letaknya sebuah tulisan.
- k. *Column*: adalah sebuah ruang berbentuk persegi Panjang yang memiliki lebar yang bervariasi yang digunakan untuk mengatur tulisan.
- l. *Foot margin*: margin yang berada di bawah halaman.

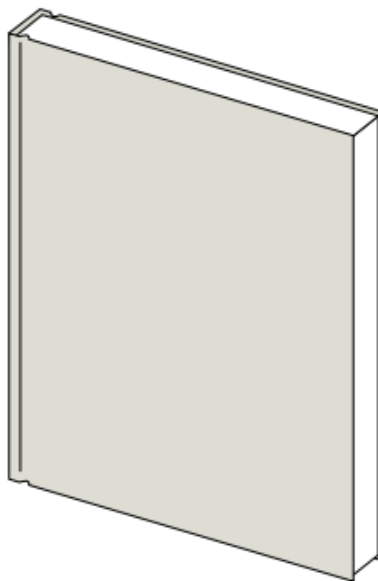
- m. *Shoulder/foredge*: margin yang berada di tepi depan dari suatu halaman.
- n. *Column depth*: tinggi dari suatu *colomn* yang di ukur melalui titik, *milimeters* atau dengan banyak nya garis.
- o. *Character per line*: sebuah rata-rata kata yang di tentukan untuk menjadi sebuah pengukuran.
- p. *Gatefold/throwout*: ikatan halaman dengan lebih lebar yang biasanya di lipat ke dalam buku biasanya Bersama dengan *foredge*.

2.1.3 Penjilidan

Di kutip melalui Lupton (2008), banyak cara untuk mengikat kertas yang bertebaran menjadi suatu buku, beberapa komponen yang dapat menyatukan kertas tersebut adalah perekat, staples dan benang. Beberapa teknik dari menjid adalah sebagai berikut:

1. *Case (hardcover)*

Setiap halaman nya di atur dan di jait menggunakan benang dan direkatkan ke perekat *linen* agar fleksibel dan kuat.

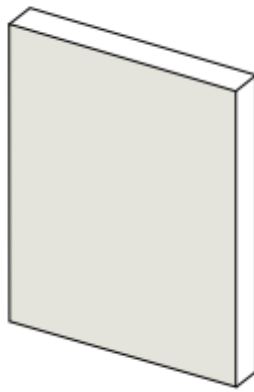


Gambar 2. 9 Case (aka Hardcover)
Sumber: Lupton (2008)

Tumpukan kertas itu kemudian direkatkan dan di potong yang kemudian dipasangkan *case* dengan *endpaper*. *Case* akan terlihat datar dan hasil dari penjilidan ini sangat awet.

2. *Perfect*

Penjilidan ini dilakukan dengan cara merekatkan halaman-halaman dengan menggunakan lem sepanjang tepi dari kertas yang kemudian di tempelkan kepada cover.



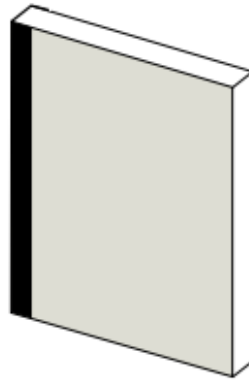
Gambar 2. 10 Perfect
Sumber: Lupton (2008)

Dengan jumlah halaman yang sedikit teknik penjilidan ini dapat dilakukan sendiri dengan menggunakan tangan.

3. *Tape*

Pennjilidan ini di lakukan dengan *cloth tape* atau solatip berwarna hitam di lapsi oleh lem panas yang dimana ujung halaman di lem dengan lem panas kemudian ujung sampul di tempelkan *cloth tape*. dan halaman untuk merekatkan halaman dengan sampul.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

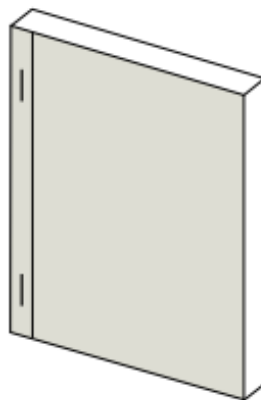


Gambar 2. 11 Tape
Sumber: Lupton (2008)

Pada gambar tersebut memperlihatkan *cloth tape* yang ditempelkan diatas lem panas yang dilakukan di ujung halaman.

4. *Side stitch*

Pada penjilidan ini halaman dan sampul dijilid menggunakan staples di tepi buku melauai depan ke belakang.



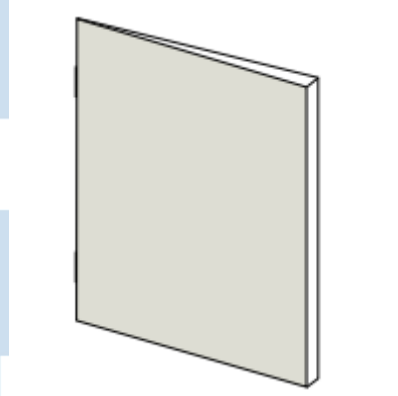
Gambar 2. 12 Side Stitch
Sumber: Lupton (2008)

Teknik ini relatif mudah dilakukan sendiri dengan cara *staples* berukuran besar, yang kemudian menstaples ujung dari halaman dan kemudian diamankan ujung nya dengan ketukan..

5. *Saddle stitch*

Penjilidan ini di lakukan dengan melipatkan sampul dan halaman pada bagian tengah yang kemudian bagian tersebut di staples.

Karena seluruh bikin dilipat menjadi dua bagian terdapat batasan ketebalan.

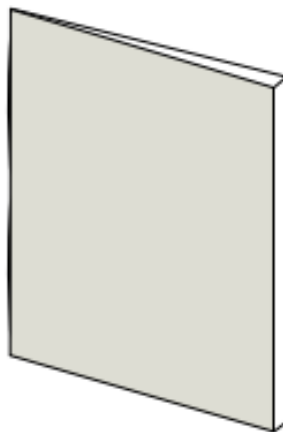


Gambar 2. 13 Sadle Stitch
Sumber: Lupton (2008)

Pada gambar tersebut diperlihatkan staples dilakukan ditengah-tengah *spread*, buku disusun terlebih dahulu yang diawali *cover* dan konetn utama buku.

6. *Pamphlet stitch*

Penjilidan ini sama seperti *saddle stitch*, yang membedakan kedua teknik adalah *pamphlet stitch* di jahit menggunakan benang dibagian tengah lipatan kertas.

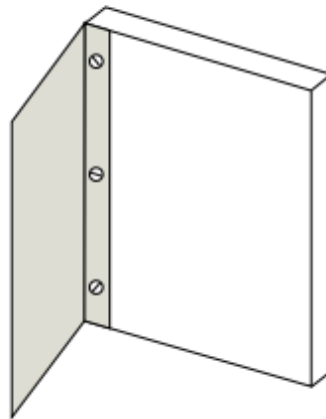


Gambar 2. 14 Pamphlet Stitch
Sumber: Lupton (2008)

Seperti namanya dan diperlihatkan pada gambar di atas teknik ini buasanya di gunakan untuk *pamphlet* promosi suatu produk yang sedang dipasarkan.

7. *Screw and post*

Penjilidan ini membolongkan halaman dan bagian dalam dari sampul yang kemudian di ikatkan menggunakan baut. Bagian luar sampul akan berguna sebagai pelindung dan untuk menyembunyikan baut.

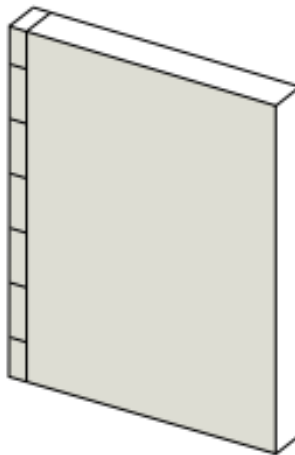


Gambar 2. 15 Screw and Post
Sumber: Lupton (2008)

Penjilidan ini biasa memiliki sampulan yang kokoh dan keras.

8. *Stab*

Teknik penjilidan ini dikenal juga dengan sebutan *Japanese stab*. Halaman dan sampul di jahit yang kemudian memperlihatkan benang pada *spine* dan ujung dari buku.

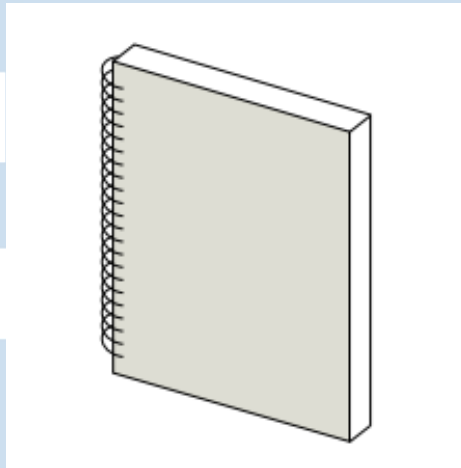


Gambar 2. 16 Stab
Sumber: Lupton (2008)

Gambar tersebut memperlihatkan posisi dan bagaimana buku akan di ikat ataupun di jahit.

9. *Spiral*

Teknik penjilidan ini membolongi halaman dan sampul menggunakan mesin yang kemudian kabel besi akan berputar ke atas *spine* dari buku.

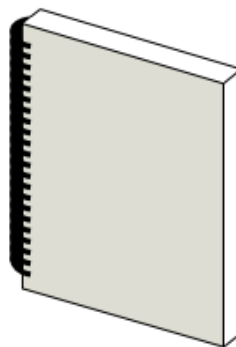


Gambar 2. 17 Spiral
Sumber: Lupton (2008)

Teknik penjilidan ini biasa digunakan dikarenakan memiliki kekokohan dan akses membalikan halaman yang lebih leluasa.

10. *Plastic comb*

Menurut Lupton (2008), penjilidan ini adalah teknik paling mengerikan dan seharusnya tidak pernah di gunakan, *plastic comb* terlihat jelek dan buku tidak dapat datar.



Gambar 2. 18 Plastic Comb
Sumber: Lupton (2008)

Pada gambar tersebut memperlihatkan bahwa teknik ini mirip dengan teknik *spiral* tetapi lingkarannya memiliki penutup. Buku dengan sampul ini biasanya tidak dapat terbuka dengan leluasa dan terbatas.

2.1.4 Buku Anak

Menurut Seuling (2005), bahwa buku anak memiliki banyak jenis, beberapa buku yang cocok untuk anak berusia 8-12 tahun, adalah sebagai berikut:

1. *Picture Books for Older Reader* (7 – 12 tahun)

Di era emas dalam pendataan dalam film dan televisi, tidak mengagetkan untuk menemukan visual yang kuat yang mendampingi buku. Buku biasa di desain dengan cantik ditemani oleh ilustrasi, lukisan dan fotografi yang mendampingi teks. Visual ini membantu pembaca untuk mengerti lebih cepat dari topik yang di bahas. Biasanya terdapat dalam buku biografi dari orang penting, buku sains, kesenian dan kejadian bersejarah. Informasi lebih padat di berikan dengan lebih banyak teks.

2. *Middle-Grade Fiction* (8 – 12 tahun)

Pembaca tipe ini menampung pembaca yang ganas akan cerita dari petualangan dan *fantasy*, cerita keluarga, sejarah, horror dan komedi. Kelompok ini membutuhkan aksi dan cerita yang padat dengan tekanan yang baik dan perkembangan suatu *event* yang logis. Penulis tidak dapat memotong apapun karena pembaca tipe ini akan mempertanyakan kekurangan dari buku yang di baca bahkan sampai mencoba untuk mengirimkan pesan secara langsung kepada penulis.

Disini dimana literasi sebenarnya hidup di antara pembaca muda, apresiasi akan literasi muncul di umur sekolah dasar ketika dunia mereka sedang meluas dan hubungan antara manusia mungkin akan berakhir selamanya. Penulis untuk umur ini akan menjadi panutan

pembaca untuk seumur hidup. Walaupun gambar kadang memperkaya cerita yang di sampaikan tetapi mereka lebih kurang penting di bandingkan buku untuk anak yang lebih kecil.

3. *Middle-Grade Nonfiction* (8 -12 tahun)

Pembaca tipe ini lebih memilih untuk membaca informasi yang lebih padat dan lurus dari berbagai macam topik, tidak hanya dari pembelajaran di sekolah, anak pada umur 5 tahun akan lebih suka untuk membaca buku yang banyak ilustrasi nya dan sedikit informasi, sedangkan anak berumur 9 tahun akan lebih haus akan informasi, seperti dimana paus tinggal, apa makanan dari ikan paus, cara paus mereproduksi dan seperti suara apa yang mereka keluarkan.

Teks harus lebih hidup dan terorganisir apapun itu subjeknya, konten harus dalam pengertian dan pengalaman pembaca tetapi tidak di ciptakan terlalu mudah. Konten harus di sampaikan dengan ide yang baru dan memiliki informasi yang akurasi, penelitian harus di lakukan, sumber harus jelas dan sebuah fakta di cek ulang kebenarannya. Sebuah materi berbentuk gambar dan desain yang baik sangat penting untuk menjelaskan topik.

2.2 UI/UX Design

Sebagai komponen utama *Interactive Digital Media*, UI (*User Interface*) dan UX (*User Experience*) selalu diikutkan antara satu sama lain. Padahal, kedua hal tersebut memiliki perbedaan yang cukup jauh secara fokusnya, walaupun memang pada akhirnya akan disatukan kembali menjadi satu kesatuan *website*, *landing page*, atau tampilan layar lainnya yang akan di-*publish*. Menurut Himawan dan Yanu (2020), perbedaan UI dan UX terletak pada fokus utamanya, dimana ketika UI akan berfokus pada kebutuhan pengguna terhadap program aplikasi, website, atau lainnya dan umumnya menitikberatkan pada visualnya; di sisi lain, UX akan menjelajahi secara keseluruhan pengalaman seorang pengguna, terlepas itu akan diterapkan pada sebuah media digital ataupun pada media konvensional lainnya.

2.2.1 UI (*User Interface*) Design

Sebagaimana yang sudah disinggung sebelumnya, *User Interface* (UI) *Design* menitikberatkan pada bagaimana *user* (pengguna) berinteraksi dengan sebuah media digital. Cakupan *User Interface Design* dimulai dari berbagai elemen grafis yang digunakan di dalamnya, hingga penataan letak elemen grafis (*layout*), sehingga keseluruhan user interface dapat menjadi tampilan yang mampu dicerna secara cepat dan mudah oleh para pengguna.

2.2.2 UX (*User Experience*) Design

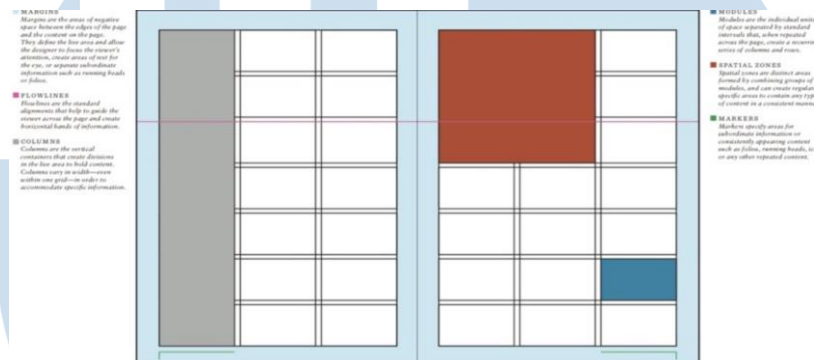
Seperti namanya, *User Experience* (UX) mengacu pada desain *skenario user* (pengalaman pengguna) terbaik ketika para pengguna menggunakan sebuah produk atau service dengan pengalaman yang paling memuaskan. *User Experience* (UX) adalah pengetahuan yang didapatkan dari melakukan sesuatu atau kepuasan yang timbul dari pengalaman memakai produk atau jasa sebuah perusahaan. Selain itu, UX turut dapat dikenal sebagai pengalaman keseluruhan seseorang dalam memakai produk dengan mudah, sebagaimana kunci dari setiap bisnis sukses merupakan penggunaan produk dan/atau jasa yang *user-friendly*. *User Experience* bisa mencakup tipe produk apapun; namun umumnya, UX lebih dikaitkan kepada website atau aplikasi, begitu pula setiap bentuk media yang melibatkan interaksi antara manusia dan objek/media digital.

2.3 Grid

Menurut Grave & Jura (2012), grid adalah sebuah alat yang dasar tetapi penting untuk menyusun sebuah informasi di sebuah kelompok atau kolom. Menurut Samsara (2014), dengan penggunaan sitem grid dapat membantu meningkatkan keterbacaan dan kelanjutan dari sebuah desain.

2.3.1 Anatomi Grid

Menurut Grave & Jura (2012), sebuah elemen anatomi grid di bagi menjadi enam elemen yang dapat digabungkan ataupun di hilangkan sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 2. 19 Anatomi grid
Sumber: Jura & Graver (2006)

Keenam elemen dari anatomi grid tersebut, yaitu:

1. Margins

Adalah sebuah area ruang negatif yang terdapat di ujung atau tepi sebuah yang mengelilingi sebuah halaman. Hal ini dapat di gunakan untuk memfokuskan informasi atau sebagai tempat peristirahatan mata.

2. Flowlines

Adalah sebuah garis yang membagi informasi menjadi beberapa beberapa potongan. Hal ini juga membantu memandu mata dalam membaca untuk membantu pembaca dalam melihat sebuah desain.

3. Columns

Adalah sebuah garis lurus secara vertical untuk menciptakan potongan secara horizontal untuk memisahkan informasi dengan margin., Panjang dapat diubah sesuai dengan kebutuhan seorang designer.

4. Modules

Merupakan sebuah kotak yang tercipta dari *flowlines* horizontal dan vertical.

5. *Spatial Zones*

Merupakan daerah yang tercipta dari kumpulan *module* yang di gunakan untuk meletakkan berbagai macam informasi.

6. *Markers*

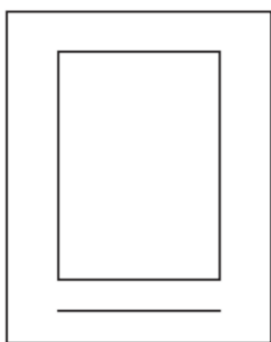
Adalah sebuah penanda dalam peletakan informasi yang repetitive yang posisi nya tidak bergerak agar konsisten.

2.3.2 Struktur Grid

Menurut Graver & Jura (2012) struktur dasar *grid* dibagi menjadi 6 jenis, yaitu:

1. *Single-Column Grid*

Single-Column grid adalah jenis *grid* yang paling dasar, Grid ini terdiri membuat area yang standar sehingga konten tidak terbagi-bagi.



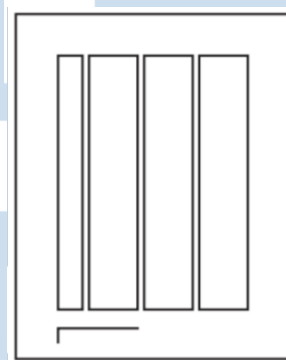
Gambar 2. 20 *Single-Column Grid*
Sumber: Jura & Graver (2006)

Grid ini memfokuskan sebuah teks atau paragraph menjadi object utama sebuah halaman. Media yang biasa menggunakan grid ini adalah buku dan majalah.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2. *Multicolumn Grid*

Multicolumn grid biasa di gunakan untuk menyampaikan berbagai macam tipe informasi, dengan grid ini dapat membantu mengatur sebuah informasi yang ingin di sampaikan, setiap kolom dapat di isi dengan informasi yang berbeda-beda di karenakan itu grid ini sangat flexible.

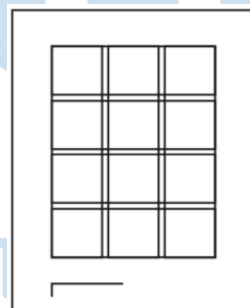


Gambar 2. 21 *Multicolumn Grids*
Sumber: Jura & Graver (2006)

Multicolumn grid biasa digunakan untuk majalah ataupun *booklet* yang biasanya berfokuskan konten yang ka arah bawah dari halaman.

3. *Modular Grids*

Modular grid ini terdiri dari kolom yang berbaris secara vertical dan horizontal, pertemuan dari kolom tersebut menciptakan sebuah kotak kecil Bernama *modules* yang berfungsi untuk menampung suatu informasi.

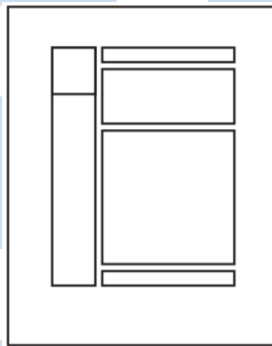


Gambar 2. 22 *Modular Grid*
Sumber: Jura & Graver (2006)

Di karenakan itu grid ini dapat menampung informasi yang lebih kompleks dan variative dalam ukuran yang bervariasi. salah satu media yang menggunakan grid ini adalah koran.

4. *Hierarchical Grids*

Hierarchical Grid adalah struktur grid yang di gunakan ketika struktur grid sedang tidak kondusif dalam membagikan informasi, penggunaan struktur grid ini biasa nya dilakukan secara intusi.

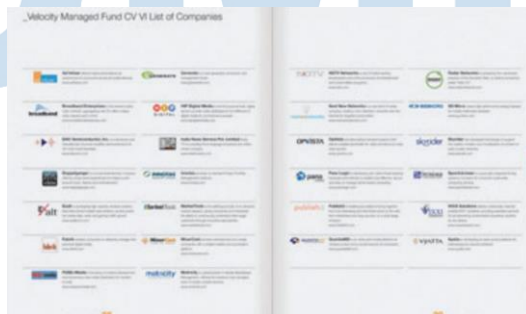


Gambar 2. 23 *Hierarchical Grid*
Sumber: Jura & Graver (2006)

Untuk dapat menggunakan grid ini seorang designer harus dapat mengetahui dan menguasai informasi yang ingin di sampaikan.

5. *Baseline Grids*

Grid ini adalah sebuah struktur yang dapat di gunakan di atas grid. Baseline grid membatasi element tipografi dengan menggunakan rangkaian lurus.



Gambar 2. 24 *Baseline Grid*
Sumber: Jura & Graver (2012)

Untuk membantu peletakan informasi terletak secara teratur, tersusun dan konsisten sepanjang halaman.

6. *Compound Grids*

Compound grid diciptakan dengan cara menggabungkan berbagai macam struktur grid menjadi satu struktur grid yang masih mempertahankan unsur kerapihan dan oranisir.



Gambar 2. 25 *Compound Grid*
Sumber: Jura & Graver (2012)

Penggunaan *Compound grid* biasanya dimajalah yang menyangkup dengan informasi yang luas dan penggunaan gambar yang banyak dan membutuhkan banyak informasi yang dimasukan.

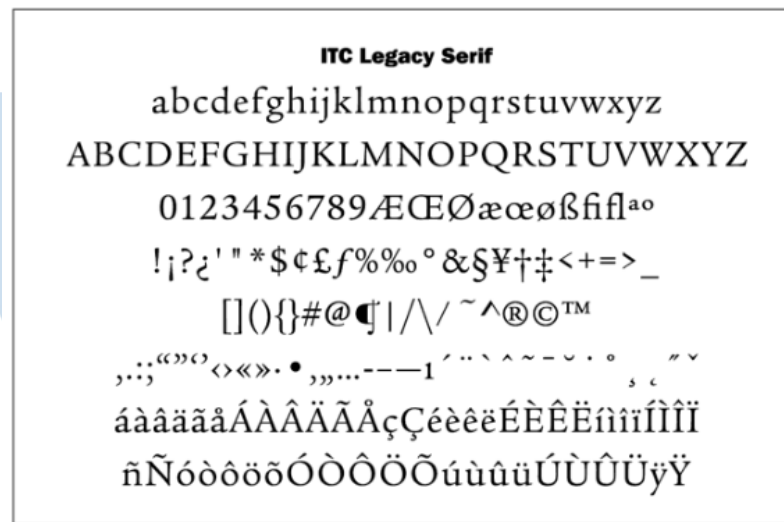
2.4 Tipografi

Menurut Samara (2004), tipografi berdiri di antara keindahan dan kegunaan, sebuah tipografi memiliki keindahan dan kecantikan seperti lukisan tetapi memiliki kegunaan penting yaitu untuk di baca, sebuah tipografi yang tidak dapat di baca adalah sebuah kegagalan. Tipografi sebagai alat untuk berkomunikasi memiliki potensial besar untuk menyampaikan arti yang lebih dalam dan ekspresi yang lebih emosional.

2.4.1 *Font*

Menurut Strizver (2014), kegunaan *font* berubah secara drasis semenjak perkembangan computer. Di era tradisional ketika masih menggunakan *metal type* atau *hot type* sebuah font adalah kelompok dari besi yang merepresentasikan sebuah karakter dari suatu desain

seperti huruf, angka, simbol dan lain-lain. Di era modern *font* adalah sebuah karakter desain tertentu atau *typeface* dalam bentuk digital, ukuran sebuah font tidak memiliki suatu spesifikasi ukuran di bandingkan era dulu yang masih menggunakan besi. *Font* memiliki tiga format yang berbeda, yaitu:



Gambar 2. 26 ITC Legacy Serif
 Sumber: Strizyer (2014)

1. *Type 1 (post script) fonts*

Postscript di kembangkan oleh *Adobe Systems* di pertengahan 1980. Format ini dikembangkan dengan dasar bahasa computer yang berguna untuk membantu mesin cetak untuk mencetak dengan presisi, ketajaman dan ukuran yang akurat.

2. *Truetype fonts*

Beberapa tahun setelah keluar nya *font type 1 Apple Computer* dan *Microsoft* bergabung untuk mengembangkan *font Truetype*. Format font ini berisikan satu file yang mengandung data font pada komputer dan mesin cetak, format font ini berfokuskan kepada visual pada digital dan cetak. Format ini lebih sering digunakan untuk kegiatan selain desain,

3. *Opentype fonts*

Font ini di kembangkan oleh *Adobe* dan *Microsoft*, format ini sering dipilih dan digunakan oleh grafik desainer. Format ini adalah update dan perkembangan dari *type 1* dan *Truetype* yang dapat membantu desainer untuk menggunakan berbagai macam aplikasi.

2.4.2 *Typeface*

Menurut Strizver (2014), setiap *typeface* memiliki kepribadian yang berbeda dan dapat menyampaikan suasana, pesan, perasaan yang berbeda-beda. *Display typeface* yang biasa dikenal dengan *headline typeface* biasanya lebih kuat dalam *personality*, terkadang menukar menjadi ukuran yang lebih kecil akan memberikan dampak yang lebih kuat. Teks desain biasanya akan menekankan keterbacaan yang akan lebih baik pada desain. Karena itu *typeface* tidak dapat di kategorikan dan dapat digunakan untuk *text* dan *display sizes* sesuai dengan kegunaan dan prefrensi masing-masing.

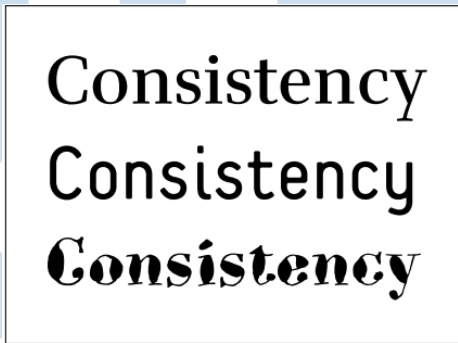


Gambar 2. 27 *Typeface*
Sumber: Strizyer (2014)

Menurut Strizver ada beberapa poin-poin dasar yang dapat membuat suatu *typeface* menjadi menarik, yaitu:

1. *Consistent Design Characteristic*

Sebuah desain *typeface* yang baik akan memiliki karakteristik yang konsisten seperti tinggi, lebar, *ascenders*, *descenders*, *detail serif* dan keistimewaan.



Consistency
Consistency
Consistency

Gambar 2. 28 *Consistency*
Sumber: Strizyer (2014)

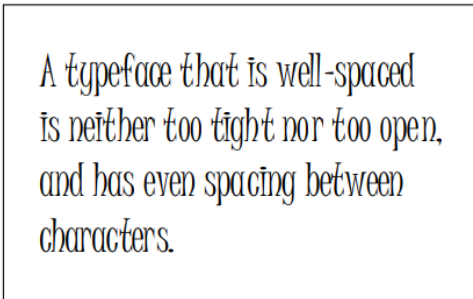
Dengan *display face* yang tidak konsisten akan menjadi sebuah ketidak konsistensian.

2. *Legibility*

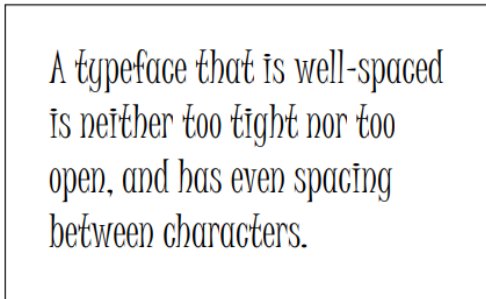
Typeface yang memiliki karakter yang memudahkan tulisan dan desain dapat di baca menjadi satu. Sebuah kepentingan sebuah teks yang lebih kecil memiliki kegunaan untuk digunakan pada teks yang lebih Panjang.

3. *Spacing*

Sebuah *typeface* yang memiliki *spacing* yang baik adalah yang tidak terlalu dekat tetapi tidak terlalu jauh.



A typeface that is well-spaced
is neither too tight nor too open,
and has even spacing between
characters.



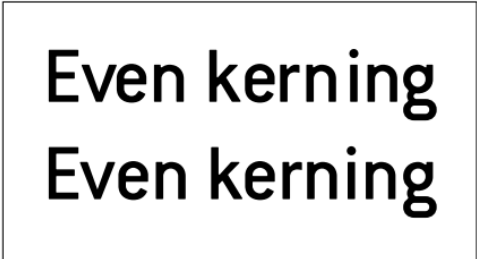
A typeface that is well-spaced
is neither too tight nor too
open, and has even spacing
between characters.

Gambar 2. 29 *Bad Spacing* (kiri) and *good spacing* (kanan)
Sumber: Strizyer (2014)

Masih banyak desainer yang belum memperhatikan *spacing* yang dimana faktor ini sangat mempengaruhi suatu visual dari desain.

4. *Kerning*

Typeface yang memiliki *spacing* yang baik yaitu kombinasi dari jarak yang dekat dan jauh, gaya desain tersebut dapat dimainkan kombinasinya sesuai kebutuhan dari seorang desainer.

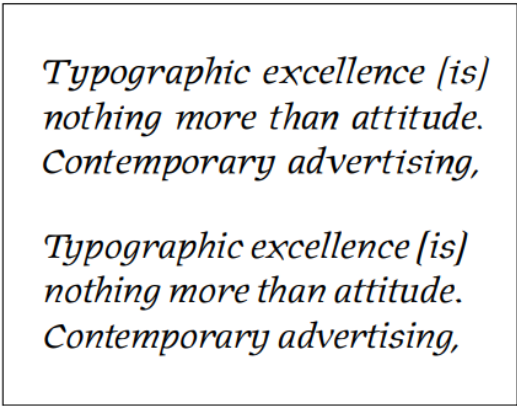


Even kerning
Even kerning

Gambar 2. 30 *Kerning*
Sumber: Strizyer (2014)

5. *Even Color and Texture*

Salah satu aspek penting dalam desain yang baik yang dimana bergantung kepada kombinasi dari warna dan tekstur. *Spacing* yang baik dapat mempengaruhi *color* dan *textktur*.



*Typographic excellence (is)
nothing more than attitude.
Contemporary advertising,*

*Typographic excellence (is)
nothing more than attitude.
Contemporary advertising,*

Gambar 2. 31 *Even Color and Texture*
Sumber: Strizyer (2014)

2.5 Warna

Menurut Landa (2014), warna adalah sesuatu yang sangat kuat dan provokatif dalam sebuah elemen desain, warna hanya dapat di lihat ketika terdapat suatu cahaya, dan warna itu terlihat melalui pantulan cahaya dari sebuah permukaan, yang

dimana sebuah cahaya di serap oleh sebuah object dan warna yang terserap dan terpantulkan, cahaya yang terserap itu menghasilkan warna yang berbeda-beda. Warna dapat dibagi menjadi:

2.5.1 Struktur Warna

Menurut Stone, Adams dan Morioka (2008), pada bahasa sehari-hari warna memiliki nama seperti merah sering di sambung dengan suatu ekspresi seperti merah darah dan merah ceri yang mencerminkan bahwa warna memiliki karakteristik yang di wakili tidak hanya dari nama dari warna tersebut.

Setiap warna memiliki tiga faktor berbeda-beda yang di identifikasikan melalui penampilan. Setiap warna dapat di ubah masing-masing, bisa melalui mencampur warna dan mengubah wujud warna secara halus, perubahan warna tersebut dapat dipengaruhi beberapa faktor yang di sebut *hue*, *value* dan *Intensity*.

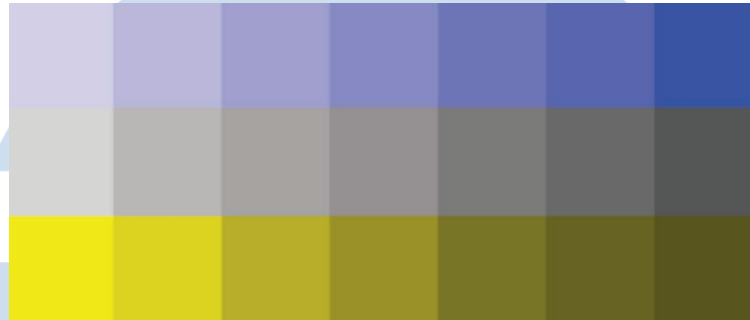
1. *Hue*

Menurut Stone, Adams dan Morioka (2008), *hue* adalah nama dari warna seperti merah, hijau dan ungu adalah *hue*. Walaupun kata *hue* dan warna sering digunakan sebagai sinonim, ada perbedaan di antara kedua itu, *hue* di deskripsikan sebagai sensasi pengelihatian yang berbeda dari *spectrum* warna. Satu *hue* dapat menciptakan banyak warna tergantung dari masuknya cahaya, karena itu walaupun ada sedikit *hue* jumlah warna yang dapat diciptkan oleh *hue* sangat banyak.

2. *Value*

Faktor kedua dari struktur warna adalah *value* yang bersangkutan dengan cahaya atau kegelapan dari *hue*. Dalam *pigment* menambahkan warna putih atau hitam dapat mengubah *value*. Dengan menambahkan warna putih akan menciptakan *high-value*

color, sedangkan menambahkan warna gelap akan menciptakan *shade* atau *low-value color*.



Gambar 2. 32 Value Scales for Blue, Gray and yellow with equal visual steps
Sumber: Stone, Adams dan Morioka (2008)

3. *Intensity*

Faktor ketiga dari struktur warna adalah *intensity* atau terkadang disebut *chroma* yang merujuk ke *saturation* dari warna, karena warna ketika dalam intensitas ketika jernih dan tidak ada campuran, dengan menambahkan warna hitam atau putih akan mengubah warna dan secara bersamaan mengubah intensitas.

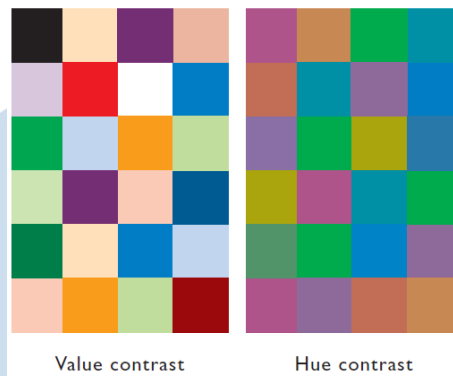


Gambar 2. 33 Two Tint of Red at the Same Value Have Different Intensities
Sumber: Stone, Adams dan Morioka (2008)

2.5.2 Elemen Warna

Menurut Landa (2014) warna memiliki tiga elemen utama kategori yaitu *Hue*, *Value*, *Saturation*, yaitu:

Hue adalah sebuah sebutan nama untuk warna umum seperti merah, biru, kuning dan hijau.



Gambar 2. 34 Kontras warna hue dan value
Sumber: Landa (2014)

Value adalah sebuah terang atau gelap nya sebuah warna, sebuah warna dapat di tentukan terang dan gelap nya jika di bandingkan dengan warna lainnya, factor ini di pengaruhi oleh sebuah cahaya, *value* memiliki aspek-aspek yang teridiri dari *shade*, *tone* dan *tint*. *Saturation* adalah suatu kepuccatan dalam suatu warna yang di pengaruhi oleh sebuah kepuccatan suatu warna.

2.5.3 Psikologi Warna

Menurut Samara (2014) bahwa sebuah warna memiliki pesan psikologi yang dapat mempengaruhi pesan yang ingin di sampaikan dan dapat mempengaruhi pengalaman seorang pembaca. Warna dapat mempengaruhi sebuah respon emosional seseorang. Di karenakan itu pemilihan warna sangat lah penting. Setiap Warna memiliki makna yang berbeda-beda, yaitu seperti berikut:

a) Merah

Warna yang melambangkan semangat, gairah, amarah dan rasa lapar.

b) Oranye

Warna yang melambangkan keramahan, hangat dan berpetualang. Tetapi oranye yang lebih tua memiliki arti kemewahan, sedangkan oranye yang lebih muda memiliki arti yang lebih segar dan kesehatan.

c) Kuning

Warna yang melambangkan kebahagiaan, pemikiran yang jelas dan memori baik.

d) Biru

Warna yang melambangkan ketenangan, perlindungan dan teguh.

e) Hijau

Warna yang melambangkan alam, santai dan keamanan. Hijau muda menimbulkan rasa muda dan berenergi. Hijau tua menggambarkan ekonomi yang baik.

f) Coklat

Warna yang melambangkan ketahanan, keamanan dan keabadian. Warna coklat yang batural dapat di anggap pekerja keras dan kokoh. Sedangkan coklat yang alami melambangkan daya tahan.

g) Ungu

Warna yang melambangkan misterius, mencurigakan dan nostalgia. Sedangkan ungu tua menggambarkan kematian.

h) Hitam

Warna yang melambangkan sebuah kehampaan, kematian dan sebuah misteri.

i) Abu-Abu

Warna yang melambangkan formal, tkemajuan dan kekuasaan. Warna abu-abu muda atau silver memiliki hubungan dengan teknologi, warna ini membawa lambang kontrol, kemajuan, presisi, modern dan kopetensi.

j) Putih

Warna yang memiliki beberapa arti yang sama dengan hitam yaitu kehampaan. Arti yang putih miliki yang berebeda dari hitam adalah lambang kesucian dan ketenangan.

2.6 Ilustrasi

Menurut Male (2007), buku anak fiksi dan non fiksi menggambarkan suatu imajinasi yang kuat, seperti dapat menggambarkan dunia yang tidak dapat dilihat menjadi suatu dunia yang nyata, yang kemudian mengembakan indera visual dan kecerdasan. Karena itu ilustrasi tidak terikat dan terakit dengan dunia nyata dan sesuai dengan kenyataan fakta, karena itu dalam ilustrasi kebebasan imajinasi dapat menciptakan suatu gambar dan membangun suatu suasana. Yang dimaksud dari pernyataan tersebut adalah ilustrasi adalah sebuah medium yang berfungsi sebagai bahasa visual untuk menyampaikan pesan yang keontekstual untuk target audience yang diberikan oleh ilustrator. Buku bergambar untuk anak banyak membuat masyarakat terkesan dan kagum terhadap bagaimana cara penyampaian pesannya. Menurut Male (2007) ilustrasi adalah sebuah meduym pembelajaran yang yang sangat baik karena dapat mampu mengemas dan memahami informasi yang disampaikan secara visual (hlm. 88).

2.6.1 Bentuk Ilustrasi

Menurut Male (2007), ilustrasi terbagi menjadi dua bentuk citra yaitu *Literal Illustration* dan juga *Concept Illustration*, kedua bentuk ilustrasi ini memiliki perbedaan yang dapat diterapkan dan dilihat dalam lima konteks, yaitu *information, comentary, narative, fiction, persuasuion dan identity*, yang bentuknya seperti berikut:

1. *Literal Illustration*

Literal illustration adalah sebuah ilustrasi yang menggambarkan sebuah adegan nyata dan kredible dengan penyampaian yang deskriptif dan akurat, dalam penyampaian fiksi maupun non-fiksi. Bahasa yang digunakan bervariasi dari *hyperrealism* hingga *impresionistik* atau juga dekoratif.



Gambar 2. 35 Bentuk dari *Litteral Illustration*
(Male, 2007)

Pada gambar tersebut diperlihatkan secara *Litteral* dan memberikan konteks yang lebih nyata, seperti pada gambar tersebut terlihat jelas bahwa gambar tersebut menceritakan mengenai helikopter yang sedang terbang diatas air yang terlihat seperti laut dikarenakan permukaan air yang luas.

2. *Concept Illustration*

Ilustrasi konseptual adalah ilustrasi yang menggambarkan ide atau teori visual yang secara keseluruhannya berbeda yang biasa mengambil konsep seperti *surrealis*, *abstrak*, *extreme distortion*, *diagram* dan bentuk lainnya. Walaupun masih memiliki beberapa unsur kenyataan. Menurut Steve Heller ilustrasi konseptual memiliki dua tujuan yaitu memberikan makna dan komentar, dan juga ingin mempublikasikan kepribadian visualnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 36 Contoh *Conceptual Illustration*
(Male, 2007)

Pada Ilustrasi konseptual tersebut terlihat *abstrak* dan tidak terlihat seperti ada makna penting yang ingin disampaikan, pada gambar tersebut terdapat nilai konseptual dari gambarannya yang sangat distorsi dan abstrak yang terlihat sangat *ekspresionis* dari ilustratornya.

2.6.2 Peran Ilustrasi

Menurut Male (2007), ilustrasi memiliki peran sebagai media komunikasi *visual* yang disampaikan kepada audiens. Menurut Male peran tersebut terbagi menjadi 5 konteks seperti berikut:

1. *Documentation*

Peran dari ilustrasi dalam bidang *visual* dan komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan dan menjelaskan mengenai informasi, intruksi, penjelasan dan pendidikan, biasanya menggunakan teknik gambar yang mencakup tema dan subjek yang luas. Ilustrasi adalah media pembelajaran yang disampaikan secara *visual* dikarenakan *visual* dapat mudah untuk dipahami oleh audiens. Dengan penggunaan ilustrasi secara inovatif dan kreatif akan mempengaruhi proses pembelajaran baik dalam tingkatan pembelajaran, pendidikan, profesionalitas dan rekreasi.



Gambar 2. 37 Contoh Ilustrasi Dokumentasi
(Male, 2007)

Pada contoh gambar diatas dapat dilihat bahwa ilustrasi tersebut dapat dikategorikan dalam ilustrasi dokumentasi, dikarenakan pada ilustrasi tersebut memperlihatkan atau menceritakan mengenai tahapan dari suatu olahraga, dan menginstruksikan seorang *user* untuk melakukan tahapan-tahapan yang sama.

2. *Commentary*

Ilustrasi juga dapat digunakan sebagai komentar visual yang dimana merupakan inti dari ilustrasi editorial yang digunakan sebagai simbiosis dengan jurnalisme dalam surat kabar dan majalah. Ilustrasi ini memiliki peran penting dalam penerbitan yang menyaingi visual lain seperti fotografi. Saat ini, topik ilustrasi editorial membahas topik yang memprovokasi dan kontroversial melalui komentar dari politik, ekonomi dan sosial. Dalam ilustrasi editorial, sebuah visual harus digambarkan secara simbiotik, semi-piktorial, atau dekorasi abstrak.



Gambar 2. 38 Ilustrasi Komentar
(Male, 2007)

Ilustrasi diatas adalah merupakan gaya ilustrasi komentar. Ilustrasi tersebut biasa digunakan dalam surat kabar seperti koran untuk memberikan singgungan, dan yang seperti dicontoh di atas adalah, sebuah singgungan dan pesan yang dapat dilihat adalah ketika hukum menyerang warga biasa dilihat melalui ilustrasi ketiga orang yang menggunakan pakaian merah dan salah satunya menggunakan rambut yang biasanya digambarkan sebagai hakim agung, sedang menendangi pria dan membiarkan ketiga orang pergi dan tidak peduli yang terlihat seperti atasan atau orang kaya.

3. *Storytelling*

Ilustrasi dalam bidang ini adalah ilustrasi yang biasanya digunakan untuk kebutuhan visual dari naratif fiksi yang biasa digunakan untuk mitos, legenda, *anekdot*, kejadian fiktif dan lain-lainnya. Ilustrasi ini biasanya ditemukan dalam buku anak-anak seperti novel, komik, dan buku cerita yang bertemakan mitologi, dongeng, dan fantasi. Penggunaan ilustrasi diharapkan dapat menimbulkan emosional dan imajinatif melalui visual gambar. Dikarenakan penggunaan ilustrasi ini dalam sering dalam genre fiksi, ilustrasi harus menyampaikan visual yang tepat dengan porposisi gambar dan teks yang pas.



Gambar 2. 39 Contoh Ilustrasi *Storytelling* (Male, 2007)

Ilustrasi diatas adalah salah satu contoh dari ilustrasi *storytelling* yang dimana pada ilustrasi tersebut terdapat sebuah alur dan cerita, dari penggunaan alur visual ataupun seperti ilustrasi dibawah yang bercerita dan terdapat dialog antara kedua karakter.

4. *Persuasion*

Ilustrasi persuasi ini biasa digunakan iklan dan kampanye. Ilustrasi ini digunakan untuk menciptakan sebuah solusi yang berbentuk visual yang inovatif dan teladan, yang memberikan sebuah kesadaran kepada masyarakat umum. Penggunaan ilustrasi ini juga ditunjukkan untuk menyampaikan sebuah pesan secara positif yang berkaitan langsung dengan sebuah promosi atau penjualan.



Gambar 2. 40 Contoh Ilustrasi Persuasif (Male, 2007)

Pada ilustrasi diatas adalah salah satu contoh dari ilustrasi persuasif yang digunakan dalam *branding* terdapat ilustrasi yang terlihat seperti sebuah gelas minuman yang sebenarnya adalah sebuah kapal dengan kata-kata persuasif seperti "*Brand that travel world*", mengiklankan bahwa minuman ini mempromosikan brand sudah memiliki nama yang besar diglobal.

5. *Identity*

Pada bagian ini ilustrasi ditunjukkan untuk mengemas sebuah identitas dari *brand* atau perusahaan, yang biasa dikenal dengan *Corporate Identity*. Aspek utamanya adalah agar sebuah bentuk visual dapat diakui oleh masyarakat umum. Logo adalah sebagai salah satu visual yang mewakili atau menggambarkan sebuah karakteristik dari sebuah *brand* atau suatu perusahaan. Ilustrasi ini harus terdapat sebuah *point of sale* yang bertujuan untuk mengikatkan sebuah promosi secara visual. Peran ilustrasi juga sangat penting dalam kemasan yang kreatif, dan juga dalam perancangan desain sampul buku sebagai sebuah identitas visual dari sebuah buk, contoh lain adalah peran ilustrasi dalam identitas visual sebuah musik.



Gambar 2. 41 Contoh Ilustrasi Identitas
(Male, 2007)

Ilustrasi diatas adalah salah satu contoh dari ilustrasi identitas yang dilakukan oleh *Surf* yang merupakan produk kebersihan baju, pada ilustrasi tersebut *Surf* mempromosikan menggunakan ilustrasi yang terlihat seperti kulkas yang menandakan mereka adalah produk rumah tangga, dengan penggunaan penanda kulkas sebagai tulisan yang memberitahukan bahwa pembersih mereka mampu menghapus 99 jenis kotoran baju.

2.7 Psikologi Anak

Menurut Wiresti (2020), sangatlah penting untuk kita untuk memahami perkembangan anak sesuai dengan tingkatannya. Hal ini tidak hanya untuk guru dan pendidik, tetapi peran orang tua dalam perkembangan anak. Dengan terbentuknya perkembangan anak secara mental yang mempengaruhi psikologisnya. Semua hal dapat mempengaruhi psikologisnya dari yang terkecil seperti keluarga hingga kehidupan social, hal ini dapat mempengaruhi perkembangan psikologis anak untuk mendukung keberhasilan anak yang akan datang.

2.7.1 Perkembangan Dalam Masa Sekolah Anak

Menurut Gunarsa (2011), pada umur 6-12 tahun anak sudah mulai masuk sekolah, para ahli mempercayai bahwa pada masa ini anak mulai mengalihkan fokus nya dari yang sebelumnya berfokus kepada keluarga ke Kerjasama kepada teman dan ke sikap ketika belajar. Ketika anak memasuki sekolah dasar, seorang anak harus dapat menguasai kematangan sekolah, kematangan yang di maksud tidak hanya menguasai mempunyai kecerdasan dan menguasai motoric, tetapi hal lain seperti kesadaran akan tugas, patuh dan menguasai dan dapat mengendalikan emosi. Pada fase ini seseorang anak harus memiliki keterampilan, seperti:

- 1) Keterampilan menolong sendiri, hal yang dimaksud pada tahapan ini adalah seorang anak sudah harus dapat mandi dan makan tanpa bantuan kedua orang tua.
- 2) Keterampilan bantuan social, seorang anak dapat membantu pekerjaan rumah seperti menyapu, merapikan tempat tidur, mencuci dan sebagainya, tahapan ini dapat membantu untuk memunculkan sifat bangga bahwa diri mereka berguna dan kebiasaan untuk Kerjasama.
- 3) Keterampilan sekolah, seorang anak harus menguasai keterampilan akademik dan non-akademik, keterampilan yang di maksud seperti berhitung, melukis, membaca dan bermain alat music.

- 4) Keterampilan bermain, keterampilan yang di maksud adalah keterampilan dari berbagai macam permainan seperti catur, basket dan sepak bola.

2.7.2 Perkembangan Kognitif Anak

Menurut Jahja (2011), perkembangan kognitif pada anak di percayai oleh beberapa ahli psikolog dimulai proses nya ketika manusia baru lahir. Menurut Piaget (dalam jurnal Jahja) mengusulkan teori yang menjelaskan empat tahapan mengenai perkembangan kognitif anak, yaitu:

- 1) Tahap *Sensory-motor* yang di mulai pada usia 18-24 bulan
- 2) Tahap *Pra-operational* yang terjadi di usia 2-7 tahun
- 3) Tahap *Concrete-operational* yang terjadi di usia 7-11 tahun
- 4) Tahap *Formal-operational* yang terjadi di usia 11-15 tahun

2.7.3 Kurikulum Pendidikan Anak

Menurut kebijakan Permendikbudristek No. 5 Tahun 2022 yang mengatakan SKL adalah acuan untuk Kurikulum 2013, Darurat dan Merdeka. Menunjukkan kurikulum yang aktif untuk sekolah dasar saat ini adalah Kurikulum 2013, Darurat dan Merdeka.

Menurut Buku Panduan Guru Ilmu Pengetahuan Alam dan Sosial untuk SD kelas IV yang di terbitkan oleh pusat Kurikulum dan Perbukuan, materi sejarah yang banyak di gunakan adalah pengenalan sejarah daerah masing masing, tokoh pahlawan dengan keputusan nya yang menentukan masa depan dan kerjaan yang terdapat di Indonesia.

2.8 Benteng

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia bangunan yang di gunakan untuk menjadi tempat berlindung dari serangan musuh, Pawirto (2014), mengatakan bahwa benteng adalah sosok arsitektur yang berhubungan dengan system pertahanan suatu wilayah atau negara.

2.8.1 Kegunaan benteng di jaman penjajahan Belanda

Menurut Abbas (2018), benteng awal di bangun oleh belanda untuk menjadi sebuah tempat perlindungan, akomodasi untuk perjalanan dan tempat untuk perdagangan rempah-rempah oleh warga Eropa terutama Belanda sebelum mereka kembali ke negara mereka.

2.8.2 Kegunaan benteng di era modern

Menurut artikel yang terdapat di Kompas, benteng sekarang sudah banyak yang mengubah fungsi nya seperti Benteng Vredeburg dan Rotterdam yang sekarang menjadi museum, Benteng Vastenburg yang sekarang menjadi balai kota dan Benteng Van der Wijck yang menjadi cagar budaya.

2.8.3 Cagar Budaya Bangunan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.11 Tahun 2010 mengenai Cagar Buaya, Cagar budaya bangunan adalah suatu susunan binaan yang tercipta dari alam ataupun buatan manusia yang memenuhi kebutuhan ruang yaitu berdinding dan beratap.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA